

# Strategi pemasaran guna SWOT

## PERSPEKTIF

Oleh  
Khair Khalid



**BAGI** kebanyakan organisasi perniagaan yang terancang, Analisa SWOT atau *SWOT Analysis* memainkan peranan penting dalam mengenal pasti tanda aras bagi menambahbaik strategi perniagaan di samping persediaan terhadap sebarang aspek cabaran dan kemungkinan.

Memanfaatkan Analisa SWOT sebenarnya tidak hanya tertumpu pada organisasi besar dan tertentu. Ia juga boleh membantu para peniaga pemula dan usahawan dalam merangka strategi pemasaran yang strategik pada era digital kini. Sama ada anda berhasrat memperkasa reputasi keusahawanan, perniagaan atau memperkukuh penjenamaan, Analisa SWOT adalah kaedah yang seharusnya dipraktikkan.

Analisa SWOT adalah kaedah dalam mengenal pasti realiti perniagaan dan pasaran. Ia merupakan kombinasi perkataan *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* (SWOT), iaitu teknik yang digunakan untuk menganalisa faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman pada sesebuah perniagaan, produk atau perkhidmatan yang diusahakan.

Melalui Analisa SWOT, pengusaha atau sesebuah organisasi perniagaan dapat mengenal pasti potensi dan cabaran sebenar dalam sektor industri yang diceburi merangkumi aspek pengurusan, pasaran, persaingan dan apa jua yang boleh memberi kesan baik atau buruk terhadap perniagaan.

*Strengths* dan *Weaknesses* adalah faktor dalaman (*internal factor*) yang boleh dikawal. Ia boleh dikembangkan dan ditambahbaik mengikut kepentingan semasa. Manakala *Opportunities* dan *Threats* pula merupakan faktor di luar kawalan perniagaan (*external factor*). Ia memerlukan persediaan tertentu agar mampu bertindak memanfaatkan peluang atau menangani ancaman yang mungkin berlaku.

Berikut adalah penjelasan lanjut sebagai rujukan analisa ringkas;

**Kekuatan** (*Strengths*). Kenal pasti kekuatan perniagaan seperti aspek kualiti produk dan testimoni, pentauliahan, pengurusan efisien, penggunaan teknologi yang menepati stand-

ard, lokasi premis, logistik atau landasan digital yang strategik, serta apa jua unsur kekuatan yang ada pada perniagaan.

**Kelemahan** (*Weaknesses*). Selain kekuatan, anda juga perlu mengenal pasti faktor kelemahan dalam perniagaan merangkumi pengurusan atau logistik yang kurang efisien, teknologi terbatas, lokasi premis kurang strategik atau apa jua kelemahan dalaman yang boleh memberi impak negatif kepada perniagaan.

**Peluang** (*Opportunities*). Kenal pasti faktor luaran seperti peluang berpotensi yang dapat membantu dalam meningkatkan lagi keuntungan perniagaan, meningkatkan permintaan berdasarkan *trending* semasa dan jangka panjang pasaran agar perniagaan dapat terus dikembangkan dan bertapak lebih kukuh.

**Ancaman** (*Threats*). Aspek aspek luaran yang boleh membawa impak negatif seperti sumber bekalan mungkin terhenti atau harga bahan mentah tidak menentu, kadar persaingan semakin bertambah, faktor perundangan, pensyaran, polisi kerajaan semakin ketat atau pelbagai lagi ancaman terhadap kemajuan perniagaan sedia ada.

Justeru, mengenal pasti setiap elemen SWOT di atas merupakan langkah penting dalam memperolehi maklumat dan gambaran sebenar perniagaan bagi merangka strategi selaras dengan realiti pasaran dan persaingan industri.

Kombinasi faktor kekuatan dan peluang adalah landasan dalam memperkasa strategi pemasaran. Memanfaatkan kekuatan menjadi tunggak utama dalam mengukuhkan lagi potensi pasaran berdasarkan peluang yang ada. Secara tidak langsung, ia membantu mengurangkan impak kelemahan dan menyediakan ruang agar lebih bersedia mendepani ancaman sekiranya berlaku.

Faktor kekuatan juga adalah elemen penting yang patut diketengahkan dalam penyampaian mesej pengiklanan komersil, agenda perhubungan awam, *copywriting* dan *storytelling* di setiap platform digital kepada prospek dan pelanggan. Sekecil mana pun kekuatan dan peluang yang ada, ia adalah elemen terbaik yang wajar dikenal pasti dan dimanfaatkan dalam memperkasa strategi pemasaran bagi mendepani arus persaingan digital masa kini.

Penulis adalah perunding pemasaran bertauliah dan pakar pemasaran digital.